

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del catálogo en línea, página web y Repositorio Institucional del CRAI-USTA, así como en las redes sociales y demás sitios web de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor, nunca para usos comerciales.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-USTA

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES

**Informe Final de Práctica Empresarial en Implementación de Estrategias Actuales para
Ecommerce**

Michell Dayana Yanes García

Práctica empresarial para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales

Tutor

Henry Giovanni Morán Cuan

Magister administración de empresas

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad De Negocios Internacionales

2021

Dedicatoria

Dedico mi proyecto de grado a mi familia Yanes García, sin ellos no hubiese podido lograr este proceso de mi vida universitaria. Su apoyo emocional y sus esfuerzos en querer siempre saber cómo iba mi proceso, los cuales me permitieron conseguir los objetivos que quería con esta carrera universitaria. Por eso agradezco a Dios y a la vida por haberlos hecho mi familia y por haberme ayudado a conseguir ese título de universitaria y ese título de persona humana que me enriquece todos los días.

Agradecimientos

Quiero agradecerles a todos mis familiares que me apoyaron y tuvieron la fe de que iba a lograr este logro universitario que me definirá toda la vida, agradezco también a todas mis amistades nuevas y viejas que cree durante y que tenía antes de la carrera gracias por creer en mí y por alegrarse de las metas que cumplía día a día en mi vida universitaria.

Por último, quiero agradecer a todos mis docentes de la carrera de negocios internacionales, que me enseñaron a crecer personal y profesionalmente, obteniendo logros que me definen como profesional, gracias por estar siempre y por creer siempre en mí, sin ustedes no hubiese podido seguir adelante enriqueciendo mis conocimientos que me traerán un crecimiento a futuro.

Contenido

	Pag
Introducción.....	12
1. Práctica Empresarial en Implementación de Estrategias Actuales para Ecommerce.....	13
1.1 Justificación de la Práctica.....	13
2. Objetivos de la Práctica.....	14
2.1 Objetivos Generales.....	14
2.2 Objetivos Específicos.....	14
3. Perfil Gerente Emira Cabellos.....	15
3.1 Datos del Jefe Inmediato.....	15
3.2 Misión.....	15
3.3 Visión.....	15
3.4 Organigrama.....	15
3.5 Portafolio de Productos y Servicios.....	16
4. Cargo y Funciones.....	16
4.1 Funciones Asignadas.....	16
4.2 Funciones.....	17

PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES

4.3 Actividades Para Llevar a cabo las Funciones.....	17
4.3.1 Función 1 Estrategias Digitales.....	17
4.3.2 Función 2 Incremento de Ventas.....	18
4.3.3 Función 3 Contenido Digital.....	18
4.3.4 Función 4 Informes de Seguimiento	18
4.3.5 Función 5 Promperu.....	18
5. Marco Conceptual y Normativo.....	19
5.1 Marco Conceptual y Normativo	
Funciones.....	19
6. Aportes.....	20
6.1 Aportes del Practicante a Nenas	
Collection.....	20
6.2 Aportes de Nenas Collection a la Formación Profesional del	
Practicante.....	20
7. Conclusiones.....	21
Referencias.....	23
Apéndices.....	24

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Organigrama</i>	16

Lista de Apéndices

	Pág.
Apéndice A. <i>Comparación Instagram de la empresa mes de enero – mayo</i>	23
Apéndice B. <i>Feed nenas collection</i>	24
Apéndice C. <i>Portada Facebook nenas collection</i>	25
Apéndice D. <i>Publicaciones con más interacciones en Instagram</i>	26
Apéndice E. <i>Campaña publicitaria</i>	28

Glosario

Ecommerce: Consiste en el marketing y venta de productos o servicios a través de Internet. Basándose en la migración del comercio tradicional a Internet, pero con aspectos específicos como su logística, los medios de pago o los aspectos legales.

Punto smock: Es una técnica usada para fruncir tela que se puede hacer con dos agujas o a máquina.

Resumen

En este informe se pueden observar las diferentes estrategias implementadas para desarrollar un plan de marketing digital a la empresa Nenas Collection, por parte de la practicante, utilizando recursos digitales que permitan el incremento de nuevos clientes y usuarios para la empresa, esto con el fin de aumentar las ventas de la empresa y posicionarla en el mercado digital de Perú.

Algunos de las herramientas utilizadas para este proyecto, fueron creaciones de la practicante, realizadas en el tiempo de práctica empresarial, que permitieron crear las estrategias y poner en ejecución los conocimientos adquiridos en el programa académico de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomas de Bucaramanga, también permitiendo desarrollar nuevas habilidades y conocimientos para crecimiento personal y profesional en el campo de marketing digital, para lograr los objetivos estipulados por la empresa.

Palabras Claves: Marketing digital, mercado digital, estrategias, responsable de comunidad de internet.

Abstract

In this report you can see the different strategies implemented to develop a digital marketing plan for the company Nenas Collection, by the intern, using digital resources that allow the increase of new customers and users for the company, this in order to increase sales of the company and position it in the digital market of Peru.

Some of the tools used for this project, were creations of the intern, made in the time of business practice, which allowed to create strategies and implement the knowledge acquired in the academic program of International Business at the Universidad Santo Tomas de Bucaramanga, also allowing to develop new skills and knowledge for personal and professional growth in the field of digital marketing, to achieve the objectives stipulated by the company.

Keywords: Digital marketing, digital market, strategies, internet community manager.

Introducción

En este informe se muestran las actividades realizadas durante la práctica empresarial, en la empresa Nenas Collection representada legalmente por la Gerente Emira Cabellos, dichas actividades fueron realizadas por la practicante Michell Dayana Yanes García, con apoyo del equipo de trabajo de la empresa, poniendo en práctica los conocimientos y habilidades adquiridas en el programa de Negocios Internacionales en la Universidad Santo Tomas con sede Bucaramanga.

En el ámbito de mercadeo y publicidad, la practicante deberá desarrollar estrategias ecommerce, enfocadas en campañas digitales que permitan lograr los objetivos de incrementar los usuarios y las ventas de los productos que se publican en las redes sociales de la empresa.

Para el ámbito comercial, la practicante asistirá a las capacitaciones realizadas por Promperú enfocadas en marketing, logística y finanzas que permiten fortalecer los conocimientos y habilidades de la practicante, de igual forma se le comparten los datos de exportaciones realizadas por la empresa, para que la practicante entienda los procesos que realiza la empresa y aporte estrategias para las negociaciones realizadas y próximas a realizar.

Y finalmente en el ámbito administrativo la practicante llevara a cabo los informes de marketing realizados en las redes sociales, para informar al equipo de trabajo las actividades a realizar en las redes sociales.

1. Práctica empresarial en implementación de estrategias actuales para ecommerce con el fin de optar título de pregrado en negocios internacionales

1.1 Justificación de la Práctica

Una práctica empresarial es una etapa de entrenamiento y articulación entre el mundo laboral y el mundo estudiantil, mostrando las capacidades y conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria; la cual tiene por objetivo, brindar al estudiante la posibilidad de sumar a su preparación teórica la experiencia laboral que le permita avanzar en el crecimiento personal y profesional. Además, continuar con su aprendizaje y desarrollo de habilidades en un campo específico, determinando logros y objetivos, con el fin de aplicarlos de manera práctica en la empresa.

Para la mayoría de los estudiantes en base a una encuesta realizada a la red de universidades de los 23 países de Iberoamérica, indicaron que, en Argentina, Chile, Colombia, España, México, Perú, Portugal, Puerto Rico y Uruguay, consideran que las prácticas profesionales principalmente sirven para adquirir experiencia. “Según la directora Vida Universitaria de la Universidad de los Andes Alejandra Villa, las prácticas empresariales les permiten interiorizarse en el mundo laboral, aprender más allá de lo teórico de la sala de clases, enfrentarse a situaciones reales ante las cuales debe tomar decisiones y generar planes de acción.” (Idconline,2012, s/p).

Es importante resaltar que los obstáculos de como adquirir la experiencia en el mundo laboral, son presentados todos los días, ya que cada día se aprende algo nuevo que fortalece el conocimiento y te permite crear nuevas habilidades como profesional. Para una futura

PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES

negociadora internacional una práctica empresarial enfocada en marketing digital va más allá de un título de community manager, ya que no solo se basa en eso, es un encadenamiento entre lo comercial, lo administrativo, lo logístico, lo financiero y lo que se desarrolla inicialmente el mercadeo.

Teniendo en cuenta todo esto, el profesional en negocios internacionales puede enfrentarse a distintos escenarios, cumpliendo con los objetivos laborales que le indique la empresa y desarrollando estrategias en las diferentes áreas (comercial, administrativa, logística, financiera y en mercadeo), para alcanzar metas que permitan obtener un reconocimiento laboral y para la empresa, que es con el fin con el que se trabaja, el querer mejorar y conseguir objetivos a corto plazo para una empresa.

2. Objetivos de la Práctica

2.1 Objetivo General

Implementar estrategias de comercio electrónico que permitan potenciar la empresa en la industria de vestimenta y decoraciones a nivel nacional e internacional.

2.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar campañas digitales para posicionar la empresa en redes sociales.
- Participar en capacitaciones de marketing digital y exportación a cargo de Promperú.

- Mejorar la visibilidad de la marca en el mundo digital.

3. Perfil Emira Cabellos

La gerente Emira Cabellos graduada de la Universidad Nacional de Piura, como ingeniera industrial.

Tiene como objeto el gerenciar la empresa nenas collection cumpliendo con los parámetros esenciales para ofrecer un servicio y producto enfocado en prendas y accesorios exclusivos para bebés y niños, resaltando lo tradicional.

3.1 Datos del Jefe Inmediato

Dirección: General César Canevaro N° 180 Departamento 209 Lince, Lima – Perú

Teléfono: (511)265-6281

E-mail: contactenos@nenascollection.com

Jefe: Emira Cabellos

3.2 Misión

Vestir a los niños como niños, buscando satisfacer los gustos más tradicionales y exigentes.

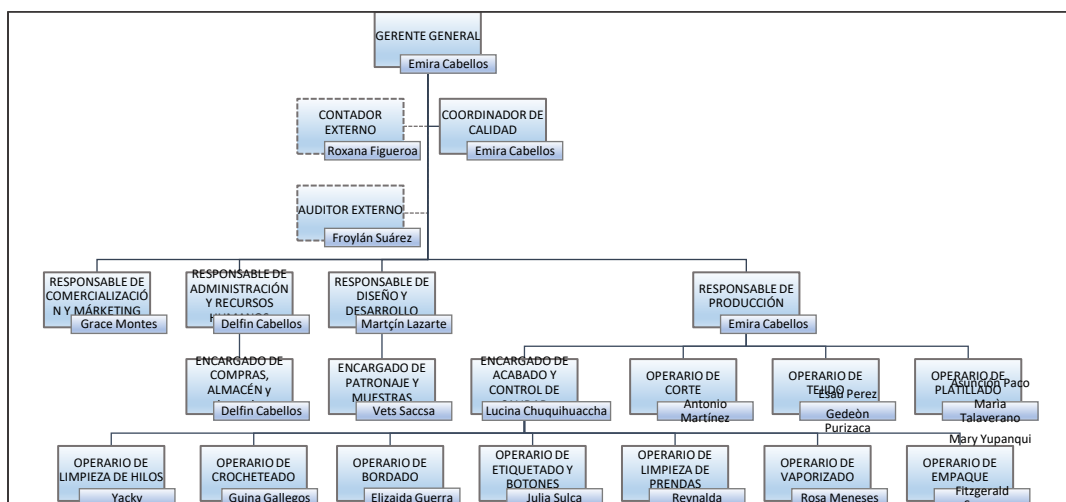
3.3 Visión

PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES

Para 2025 nenas collection conquistara los mercados internacionales y alcanzara un crecimiento sostenible dándole un valor social a las prendas a través del trabajo de mujeres peruanas.

3.4 Organigrama

Figura 1. Organigrama empresa nenas collection 2021



Nota: El grafico representa el organigrama de la empresa nenas collection, mostrando cuales son las personas que la conforman. Adaptado de: Elaboración propia de la empresa nena's collections

3.5 Portafolio de Productos y Servicios

El portafolio de productos de nena's collection está dividido de la siguiente manera:

- Vestidos en punto smock
- Muñecos tejidos
- Almohadas tejidas
- Baberos tejidos
- Mantas tejidas
- Accesorios para cuna: como batas de felpa, mantas, almohadas, etc.

4. Cargo y funciones

4.1 Funciones Asignadas

El propósito principal de este practicante, para la empresa Nenas Collection, se ubica en el área de marketing digital desempeñando el cargo de community manager, resaltando que el community manager es un profesional de marketing digital responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad online de una marca o empresa en el mundo digital. (Gómez Zorilla, 2018).

4.2 Funciones

- Diseñar estrategias digitales que permitan fortalecer las relaciones de los clientes con la empresa, por medio de las redes sociales.
- Generar ventas por medio de las redes sociales de la empresa.
- Crear contenido digital que permita captar nuevos clientes.
- Realizar informes de seguimiento mensual para cada red social.
- Asistir a las capacitaciones realizadas por Promperú enfocadas en marketing, logística, finanzas y demás temas enfocados en negocios internacionales.

4.3 Actividades Para Llevar a cabo las Funciones

4.3.1 *Función 1 Estrategias Digitales*

Las actividades que se realizan para llevar a cabo esta función son las siguientes y se realizan de forma semanal:

PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES

- Trabajar de manera eficiente la pauta y promoción digital en los canales de Facebook e Instagram, impulsando de esta manera la comunicación digital con el cliente, por medio de la creación de contenido semanal, indicando información para el cliente y compartiendo el portafolio de productos de la empresa.

4.3.2 *Función 2 Incremento de Ventas*

Las actividades que se realizan para llevar a cabo esta función son las siguientes y se realizan de forma mensual:

- Crear campañas de difusión, por medio de la promoción de las publicaciones en las redes sociales para incrementar seguidores que se pueden convertir en clientes nuevos para la empresa, incrementando así las ventas.

4.3.3 *Función 3 Contenido Digital*

Las actividades que se realizan para llevar a cabo esta función son las siguientes y se realizan de forma semanal:

- Se creó un feed para el Instagram de la empresa, para organizar de manera óptima todas las publicaciones que se iban a realizar para los clientes de manera programada.
- Feed nenas collection (Véase anexo 1)

4.3.4 *Función 4 Informes de Seguimiento*

Las actividades que se realizan para llevar a cabo esta función son las siguientes y se realizan de forma semanal:

- Se solicitan informes mensuales que indiquen la publicación que se iba a realizar,

PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES

el contenido que se creaba y que día se publicaría.

4.3.5 *Función 5 Promperú*

- Se asistía a diferentes capacitaciones realizadas por Promperú, las cuales se realizaban cada semana o cada 3 o 2 días a la semana, para fortalecimiento y enriquecimiento de las habilidades que estoy desarrollando como practicante de la empresa.

5. Marco Conceptual y Normativo

Para el desarrollo de la práctica empresarial, teniendo en cuenta las funciones a realizar es necesario conocer las técnicas de publicidad online las cuales deben estar sujetas a diversas regulaciones. Así se evitará por ejemplo el envío de Spam o emails masivos, o garantizar el derecho al olvido, entre otras cosas. Con el tiempo las leyes se han ido endureciendo para proteger a los consumidores. No seguir las pautas puede acarrear importantes sanciones económicas.

5.1 Marco Conceptual y Normativo Específico

- La Ley 527 de 1999, denominada ley de comercio electrónico establece el “principio de equivalencia funcional” entre: la firma electrónica y la autógrafa, y entre los mensajes de datos y los documentos escritos. Adicional constituye una serie reglas para certificación de firmas digitales y crea las Entidades de Certificación.
- El artículo 91 de la Ley 633 de 2000 señala que todas las páginas web y sitios de internet con origen en Colombia, que operan en internet y cuya actividad económica tenga carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberá inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la DIAN la información que está considere pertinente.

PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES

- Artículo 15 de la Constitución Política: mediante el cual se da la categoría de fundamental al derecho a la intimidad personal y familiar y a su buen nombre, también conocido como Habeas Data.
- Artículo 20 de la Constitución Política: protege la libertad de expresión, que constituye una de las principales garantías para el eCommerce.
- Artículo 333 de la Constitución Política: “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley”.

Es importante conocer en que consiste una estrategia de marketing digital. Según Andrade una estrategia digital proporciona la dirección y unos pasos medibles sobre cómo usar los medios y las técnicas para conseguir la visión y los respectivos objetivos de la empresa. Esto nos permite analizar una perspectiva de cómo se va a dar a conocer la empresa, como posicionar digitalmente, conocer mejor a los clientes y finalmente fidelizar a los clientes para incrementar las ventas internas y externas.

6. Aportes

6.1 Aportes del Practicante a Nenas Collection

La practicante en Negocios Internacionales le aporta a la empresa un apoyo en las diferentes áreas que se puede desempeñar, inicialmente en el mercadeo digital se enfoca en incrementar la red de clientes digitales de la empresa, cambiar la imagen de la empresa en redes sociales, y crear estrategias que permitan generar ventas y nuevos clientes. En el ámbito logístico un apoyo en la documentación de las negociaciones realizadas por la empresa y en el ámbito administrativo las reuniones que se realice con el equipo de trabajo para fomentar ideas

nuevas que permitan mejorar la empresa a nivel regional.

6.2 Aportes de Nenas Collection al Practicante

La empresa Nenas Collection ofrece al practicante desarrollarse en un ámbito de community manager, pero no solo desde la perspectiva de mercadeo, sino también desarrollarse en áreas administrativas, comerciales, logística, por medio de actividades desarrolladas internamente en la empresa y por medio de las capacitaciones que otorga la empresa a través de Promperú. El aporte de la empresa va más allá de querer desarrollar un título profesional, ofrecen un crecimiento y desarrollo nuevo de habilidades que permiten un avance personal en el practicante. Además de esto me permiten desenvolverse en áreas de logística y de finanzas de la empresa, lo cual es un plus para mi desarrollo profesional.

De igual forma, la empresa por medio de las capacitaciones en alianza con Promperú, me permitieron como practicante adquirir nuevos conocimientos y temas de aprendizaje en el área de negocios, principalmente el enfoque de marketing y logística, demostrando así una capacitación interna profesional.

7. Conclusiones

La practicante logró los objetivos propuestos por la empresa Nenas Collection, se realizó un plan estratégico de marketing que permitió el incremento de nuevos seguidores en las redes sociales y el fomentar las ventas en la empresa.

El practicante desarrolló nuevas habilidades y conocimientos enfocados en el área de negocios internacionales a través de las capacitaciones en las que participaba y por medio de las

PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES

reuniones de la empresa, gracias a esto el crecimiento personal y profesional seguirá mejorando para ser una excelente negociadora internacional.

Finalmente, se mejoró la utilización de herramientas ofimáticas enfocadas en marketing digital para la creación de contenido y se establecieron relaciones nuevas para la practicante por medio del equipo de trabajo de la empresa.

Referencias

Arteaga,D. (20 de diciembre 2018).*Marco regulatorio del ecommerce*. Observatorio Ecommerce.

<https://www.observatorioecommerce.com.co/marco-regulatorio-del-ecommerce/>

Gómez Zorilla,J (12 de abril 2018).*Que es un community manager*. La Cultura del Marketing.

[https://laculturadelmarketing.com/que-es-un-community-](https://laculturadelmarketing.com/que-es-un-community-manager/#:~:text=El%20Community%20Manager%20es%20un,los%20potenciales%20c)

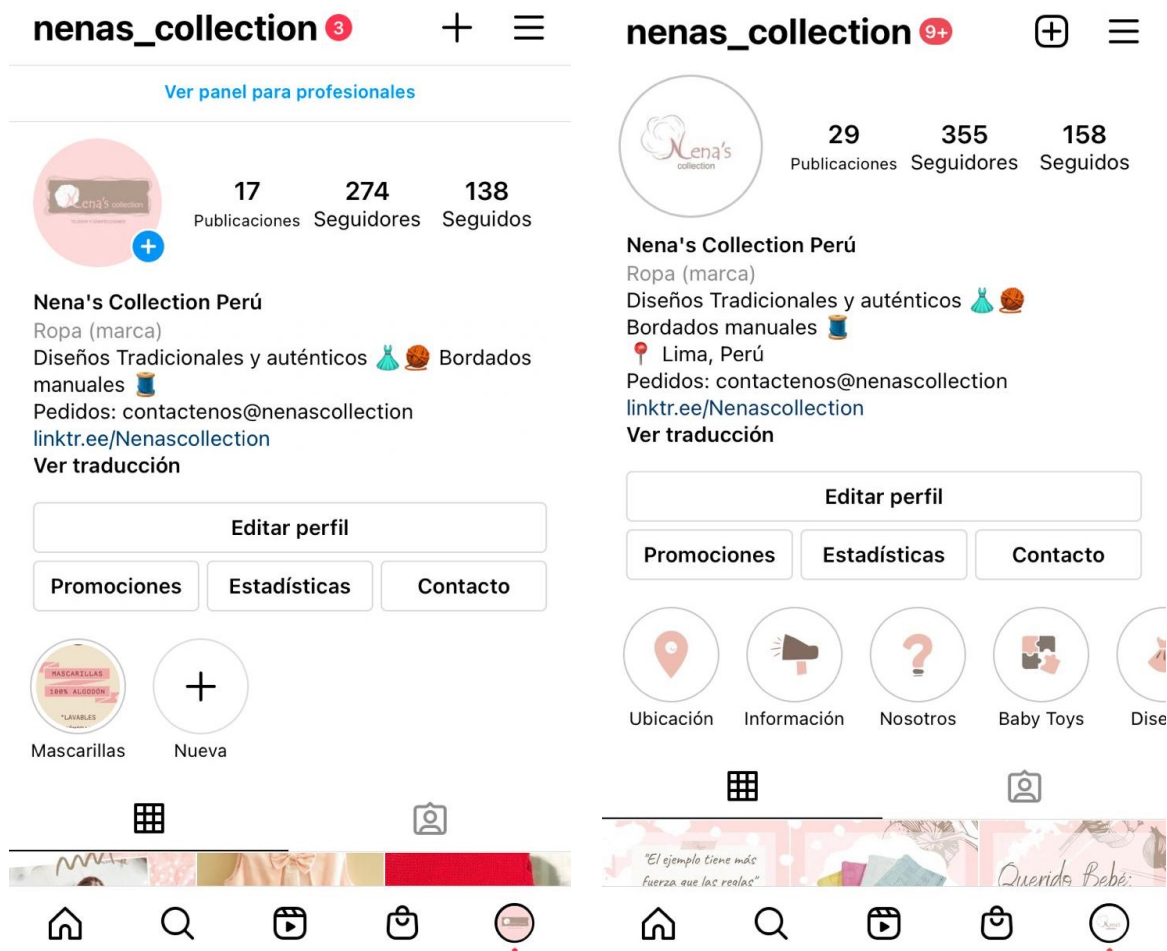
[manager/#:~:text=El%20Community%20Manager%20es%20un,los%20potenciales%20c](https://laculturadelmarketing.com/que-es-un-community-manager/#:~:text=El%20Community%20Manager%20es%20un,los%20potenciales%20c)

[lientes%20y%20prescriptores.](https://laculturadelmarketing.com/que-es-un-community-manager/#:~:text=El%20Community%20Manager%20es%20un,los%20potenciales%20c)

Yejas,A. y Albeiro,D. (2016).Estrategias de marketing digital en la promoción de marca ciudad.revista escuela de administración de negocios. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (80), 59-72. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20645903005>

Apéndices

Apéndice A. Comparación Instagram de la empresa mes de enero – mes de mayo



Instagram de la empresa, con nuevos seguidores, nueva imagen y mayor interacción para los clientes.

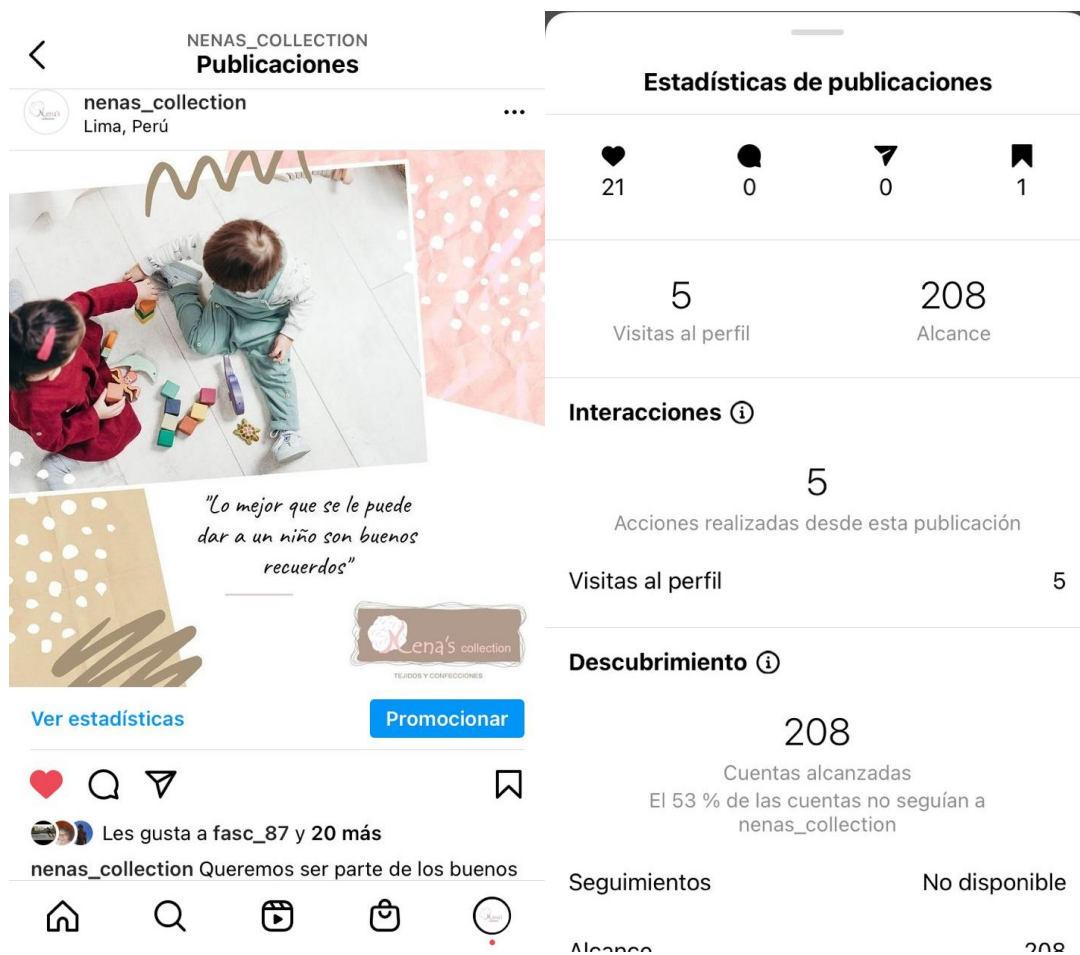
Apéndice B. Feed nenas collection

Fuente: Elaboración propia

Apéndice C. *Portada Facebook nenas collection*



Fuente: Elaboración propia

Apéndice D. Publicaciones con más interacciones en Instagram

PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES



Estadísticas de publicaciones	
27 1 37 2	
14 Visitas al perfil	219 Alcance
Interacciones ⓘ	
14 Acciones realizadas desde esta publicación	
Visitas al perfil	14
Descubrimiento ⓘ	
219 Cuentas alcanzadas El 56 % de las cuentas no seguían a nenas_collection	
Seguimientos	2

PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES

Apéndice E. Campaña Publicitaria

NENAS_COLLECTION
Publicaciones

nenas_collection



[Ver estadísticas](#) [Volver a promocionar](#)

Les gusta a fasc_87 y 95 más

nenas_collection ¡Lleaa la Pillowfant!

Estadísticas de la promoción



Publicado el 03/04/2021 a las 18:56

96 1 7

Interacciones

1.042
Clicks en la promoción

Visitas al perfil 990
100% a partir de la promoción

Visitas al sitio web 4
100% a partir de la promoción

Descubrimiento

14.801
Personas alcanzadas
El 98% no estaba entre tus seguidores
El 98% procede de tu promoción

PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES



PRÁCTICA EMPRESARIAL ESTRATEGIAS DIGITALES

